

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan :

1. Berdasarkan uji F (simultan)

Keseluruhan variabel bebas yaitu pengaruh sosial, kredibilitas bank, dan harapan kinerja mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* bank CIMB Niaga di Surabaya.

2. Berdasarkan uji t (parsial)

- a. Pengaruh Sosial secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* bank CIMB Niaga di Surabaya
- b. Kredibilitas Bank secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* bank CIMB Niaga di Surabaya
- c. Harapan Kinerja secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* bank CIMB Niaga di Surabaya.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian kali ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini antara lain :

1. Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuesioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti responden tidak ingin menuliskan data pribadi secara lengkap dan kurang telitinya responden dalam membaca pernyataan di dalam kuesioner.
2. Penelitian ini tidak dapat dilakukan di area bank karena tidak diizinkan oleh pihak bank. Sehingga peneliti melakukan penyebaran kuesioner di area luar kampus Perbanas, kerabat yang menggunakan rekening CIMB Niaga, dan area rumah tangga.

### 5.3 Saran

Dengan pertimbangan keterbatasan yang dimiliki maka dapat diajukan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak lain yang berkepentingan.

#### 1. Bagi Bank CIMB Niaga Surabaya

Pada variabel kredibilitas bank yang mendapatkan hasil berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* menunjukkan bahwa nasabah butuh rasa aman dan percaya pada sistem layanan yang baru.

Kredibilitas bank dari *internet banking* misalnya lebih meningkatkan memperbarui tampilan website, menjaga keamanan data nasabah, memperbaiki jaringan internet agar tidak terjadi terputusnya jaringan sewaktu nasabah bertransaksi, meningkatkan promosi mengenai keunggulan menggunakan *internet banking*, dan memberikan hal yang berbeda antara nasabah bertransaksi di bank dan di *internet banking*.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas area / wilayah survey kuesioner sehingga gambaran responden nasabah CIMB Niaga akan lebih luas. Sebaiknya peneliti selanjutnya menambahkan variabel yang terkait dengan variabel pengaruh sosial, kredibilitas bank, dan harapan kinerja.



## DAFTAR RUJUKAN

Basu Swastha. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

[www.cimbniaga.com](http://www.cimbniaga.com) (Jakarta), diakses November 2015

### Rujukan berupa Karya Individual

Dahlan Syuhada. 2013. *Pengertian Minat Menurut Para Ahli*.  
(<http://dahlansyuhada25.blogspot.com/2013/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html?m=1>) diakses pada 12 November 2015

### Rujukan berupa Karya Individual

Haryanto. 2012. *Pengertian Perubahan Sosial*.  
(<http://belajarpsikologi.com/pengertian-perubahan-sosial>) diakses 11 November 2015

### Rujukan berupa Karya Individual

Haryanto. 2014. *pengertian minat belajar*. (<http://belajarpsikologi.com/pengertian-minat>) diakses pada 12 November 2015

Hermawan Kertajaya. 2004. *Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Jakarta. Gramedia Pustaka

Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Iramani. 2014. *Modul statistika 2 : Buku untuk kalangan internal*. STIE Perbanas Surabaya

Juliansyah Noor. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta PT. Bhuana Ilmu Populer.

Karent Furst et.al. Internet Banking: Development and Prospects, “*Program on Information Resources Policy Harvad Offers Internet Banking*” Quarterly Journal, Vol. 19 No. 2 June 2000, hal 30.

Kotler Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta

Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan* Jilid 1. Jakarta PT. Index

[www.marsindonesia.com](http://www.marsindonesia.com) (Jakarta), diakses 10 November 2015

Nugroho, Yohanes Anton. 2011. *It's easy olah data dengan dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.

Rosady Ruslan 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta Rajawali Pers.

S. Saibaba and T. Naryana Murthy 2013. "*Factors Influencing The Behavioural Intention to Adopt Internet Banking : an Empirical Study in India*".

Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Andi. Yogyakarta

Yee Yen Yuen 2013. "*Gender and Age Effect on Acceptance of Internet Banking: Cultural Comparison between United States and Malaysia*"

Yudrik Jahja. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

